

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
CENTRO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**QUAIS OS PROCESSOS E AS DIFICULDADES ENFRENTADAS PELOS
EMPREENDEDORES NA IMPLEMENTAÇÃO DO SEU PRÓPRIO NEGÓCIO**

Autor: Karina Muraro Binhara

**Projeto Técnico apresentado à
Universidade Federal do Paraná
para obtenção de título de Especialista
em Gestão Empresarial.**

Orientador: Prof. Sérgio Bulgacov

**Curitiba
2003**

AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho ao meu marido ALAN RICARDO BINHARA, e toda minha família, por tudo que me proporcionaram até hoje, à todos os Professores do Curso, em especial ao Prof. Sérgio Bulgacov, pelos incentivos, para que eu concluísse este trabalho.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	01
1.1.	APRESENTAÇÃO.....	01
1.2.	OBJETIVO DO TRABALHO.....	02
1.3.	JUSTIFICATIVA.....	02
2.	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-EMPÍRICA.....	04
2.1.	PESQUISAS ANTERIORES RELACIONADAS AO TEMA.....	04
3.	METODOLOGIA.....	06
3.1.	COLETA DE DADOS - LEVANTAMENTOS.....	06
4.	DESCRIÇÃO DO TRABALHO	07
4.1.	EMPREENDEDOR	07
4.1.1.	DICAS PARA SER UM EMPREENDEDOR DE SUCESSO.....	07
4.1.2.	CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR.....	09
4.1.3.	DIFICULDADES ENFRENTADAS PELOS EMPREENDEDORES.....	11
4.1.4.	DIAGNÓSTICO VOCÊ E SUA EMPRESA.....	12
4.2.	CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA – PLANO DE NEGÓCIO.....	16
4.2.1.	O QUE É UM PLANO DE NEGÓCIO.....	16
4.2.2.	POR QUE FAZER UM PLANO DE NEGÓCIO.....	16
4.2.3.	IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIO.....	17
4.2.4.	ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	17
4.2.5.	ESQUEMA DOS EMPREENDEDORES NA CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA...	23
4.3.	A EMPRESA – ABERTURA DO NEGÓCIO.....	23
4.3.1.	O QUE É UMA EMPRESA.....	23
4.3.2.	COMO REGISTRAR SUA EMPRESA.....	24
4.4.	ROTEIROS.....	29
4.4.1.	INDÚSTRIA, COMÉRCIO E PRESTADORA DE SERVIÇO.....	29
4.5.	SUGESTÕES DE EMPREENDIMENTOS PARA VOCÊ MONTAR UM NEGÓCIO.....	31
5.	ANÁLISE.....	33
6.	RECOMENDAÇÃO.....	34
7.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	35
8.	BIBLIOGRAFIA.....	36

9.	ANEXOS.....	37
	ANEXO I. AVALIE SE VOCÊ TEM PERFIL EMPREENDEDOR?.....	37
	ANEXOS II. SONHO E REALIDADE.....	40
	ANEXO III DICIONÁRIO DO FUTURO EMPREENDEDOR.....	41

1. INTRODUÇÃO

1.1. APRESENTAÇÃO

Desenvolver um projeto técnico não é tão simples assim. Principalmente um projeto que consiga atrair o interesse do leitor. Não apenas pelo seu tamanho, mas acima de tudo pela contribuição que ele possa agregar para o conhecimento humano.

O projeto “Quais os processos e as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores na implementação de seu negócio próprio”, é um assunto que poucas pessoas se preocupam, não buscam informações nos dias atuais, pois trata da arte de saber empreender ou o sonho de ter o seu próprio negócio.

O projeto foi desenvolvido de modo simples, apoiado de vários problemas enfrentados pelos empreendedores e pequenos empresários não só na concepção e montagem e sim na consolidação e segura ampliação de um negócio.

Frustrações, prejuízos, má iniciação empresarial, falta de treinamento gerencial, ausência de minimização de erros, sofrimento, esses são alguns dos fatores responsáveis pela mortalidade dos novos empreendimentos.

Este projeto é dividido em duas partes. A primeira é dedicada às orientações substantivas e adjetivas na criação de um empreendimento. A segunda apresenta um roteiro prático de como montar um negócio nas áreas industrial, de comércio e serviço.

Espero que todas aquelas pessoas que tem a sua empresa no País, também os novos potenciais empreendedores possam aproveitar o conteúdo deste projeto para seu desenvolvimento, tornando assim pequenos e médios empreendimentos em grandes negócios.

1.2. OBJETIVO

Informar ao empreendedor o caminho de desafios que ele terá de enfrentar na abertura de uma empresa.

1.3. OBJETIVO ESPECÍFICO

Da constatação de que o sucesso ou fracasso dos empreendimentos está relacionado com os aspectos comportamentais de seus empreendedores, este trabalho propõe – se estudar especificamente os assuntos relacionados com o êxito das empresas, focalizando a descrição das características empreendedoras, a importância da elaboração de um plano de negócio, como abrir, constituir, escolher uma atividade e o tipo de sociedade juridicamente a sua empresa, algumas dificuldades que são os desafios que os empreendedores terão de superar estrategicamente, enfim a avaliação do seu negócio.

Para tanto espero que tudo isso possa oferecer contribuições e subsídios para quem pretende ser um empreendedor e que ele consiga seguir alguns desses passos para saber conduzir um negócio com sucesso.

1.4. JUSTIFICATIVA

Este estudo se justifica por uma série de razões, dentre as quais podemos citar:

Eventualmente o desemprego, a demissão, as dificuldades na administração de conflitos organizacionais, trabalho com pressão de horário, de chefia e de responsabilidades, curiosidade, expectativa de realização de um sonho, oportunidades de negócio, de crescimento, de atendimento à determinada necessidade, possibilidade de tornar-se um empreendedor, como opção de carreira, atividade profissional, desejo de ganhar muito dinheiro, sair da rotina, querer ser seu próprio patrão.

Constata-se que mais da metade das empresas abertas no País não fazem pesquisa adequada. Quase 1/3 não buscam informações, empresas que sobrevivem por mais de cinco anos são aquelas que gastam em média nove meses em atividades de estudo e de

planejamento, é bastante elevado o índice de mortalidade das micro-empresas. Em um ambiente de crise, a vantagem em abrir um negócio próprio em vez de procurar um emprego numa grande companhia é o fato de que as pessoas criativas estão tendo liberdade e independência para saberem o que querem, não se preocupam com regras, a aventura do risco pode ser a chance dela atingir seu objetivo e ganhar dinheiro (SEBRAE – Serviço Nacional de Apoio as Micro Empresas).

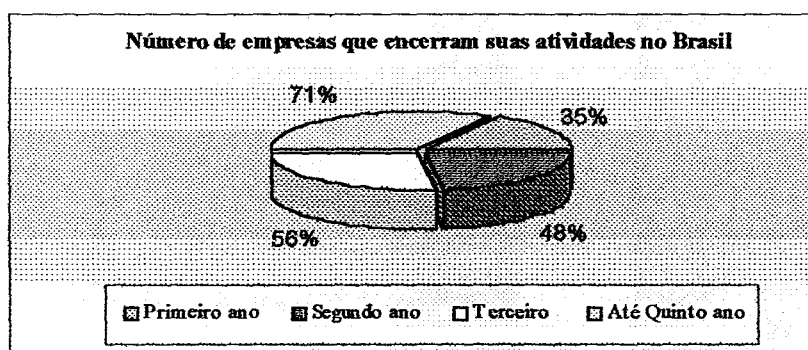
Portanto, há uma grande necessidade de aprimoramento de fundamentos conceituais para a descrição e a mensuração das variáveis relativas ao comportamento do empreendedor e o processo de criação de empresas. Por meio de informações, levantamentos sobre o empreendedor, a empresa e suas dificuldades, serão possíveis constituir ferramentas para apoiar o desenvolvimento deste projeto.

A falta de estudo e pesquisa a respeito acabam impossibilitando o planejamento de possíveis alternativas que poderiam vir a ser desenvolvidas nas empresas.

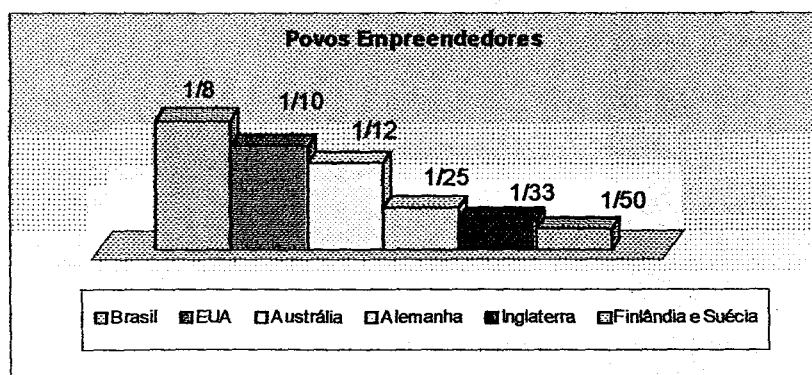
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-EMPÍRICA

2.1. PESQUISAS ANTERIORES RELACIONADAS AO TEMA

Estudos nos mostram que graças entre outras razões o Brasil, é considerado um País empreendedor, 77% dos brasileiros almejam negócio próprio, cerca de 71% das empresas abertas no País não duram mais que cinco anos, sobra interesse, falta preparo. Para concretizar o sonho em realidade, mesmo uma mente brilhante não sustenta um negócio sem planejamento adequado (COLEÇÃO EMPREENDEDOR, FASCÍCULO 01).



A principal importância a ressaltar é um estudo realizado por COLLEGE E LONDON BUSINESS SCHOOL NA REVISTA VEJA (EDIÇÃO 1705), que avaliou 21 Países para identificar os povos mais empreendedores do mundo. O Brasil ficou em primeiro lugar na lista onde um em cada oito brasileiros monta seu negócio próprio. O segundo País ficou com proporção de um para dez. Só que para ser empreendedor não basta montar o seu negócio, aliás, montar é fácil, difícil é mantê-lo, sobreviver à competição, torná-lo rentável e alcançar o sucesso.



Pois bem, isso significa que de cada dez empresas abertas, oito a seis fecham antes de completar um ano. Essa sanha empreendedora deve crescer cada vez mais, 60% dos brasileiros tem carteira assinada, só que este número vem caindo cada vez mais.

Estudos avaliam que muitas pessoas vão trabalhando sem registro, fora do regime carteira assinada, sem salário fixo, nem aposentadoria. Esta é a realidade em muitos setores, principalmente o de serviço. Estatísticas mostram que em 2010 menos de 10% dos trabalhadores terão carteira assinada, ou um contrato regular, parte desses milhões de pessoas estarão forçosamente tendo que ter uma empresa para poder se relacionar com o mercado de trabalho. Temos no Brasil cerca de sete milhões de empresas, este número será quadruplicado.

Então se percebe que o caminho a seguir é de desafios, uma experiência de aprendizado para esforços futuros. Se você pretende ser um empreendedor está preparado para pagar o preço de um trabalho duro, de pensar criativamente, de montar um time, não se deixar elevar pela excitação, deslumbramento e sim seguir os passos mais importantes para conduzir um negócio com sucesso, comece então a navegar nessa trilha de desafios antes mesmo de encará-los.

3. METODOLOGIA

3.1. COLETA DE DADOS – LEVANTAMENTOS

Um estudo bibliográfico, com levantamentos teóricos, além da análise de mercado da nossa realidade. Para realização deste trabalho foram realizadas pesquisas em Revistas, Bibliografias, Palestras, Internet e informações com empresários de sucesso.

O trabalho em si trata-se de um estudo de caso acadêmico, tipo descritivo, caráter informativo, de processos sistemáticos relacionados com base quantitativa e qualitativa.

Enfim aborda assuntos construtivos de base conceitual é objetivo, abrangente, além de educativo no campo de trabalho.

4. DESCRIÇÃO DO TRABALHO

4.1. EMPREENDEDOR

O Empreendedor é, sobretudo aquele indivíduo que tem necessidade e é capaz de realizar coisas novas, cria novos produtos, novos processos e novos mercados, criam empresas. Contudo, mais que ser capaz de desenvolver novos projetos, assume responsabilidade de conduzir negócio próprio, de tal forma que esse empreendimento funcione e alcance sucesso.

Para JOSEPH SHUMPETER, o desenvolvimento econômico está associado ao empreendedor pela sua constante inovação e desenvolvimento de oportunidades de negócio. “O Empreendedor é o agente do processo que aciona e mantém em marcha o motor capitalista”.

Você tem perfil de empreendedor? (Anexo I)

4.1.1. Dicas para ser um empreendedor de Sucesso

- 1) Ter consciência clara do propósito de ser empreendedor - Por que quero ser empreendedor? O que pretendo alcançar com esta opção de vida?
- 2) Escolher com cuidado quais produtos ou serviços deverá oferecer. Esta é uma decisão estratégica crítica para o sucesso do empreendedor. Esta escolha deverá ser guiada por alguns conceitos chaves: o que você tem verdadeira paixão em fazer? O que você pode fazer melhor do que ninguém?
- 3) O empreendedor precisa identificar os critérios de avaliação e escolha. Para isso, o empreendedor deverá pesquisar os segmentos alvos, perguntando pessoalmente para pessoas dentro do perfil alvo o que esperam deste fornecedor e de seus produtos e serviços.

- 4) O empreendedor precisa decidir como entregará ou realizará seus produtos e serviços. As questões 2, 3 e 4 definem o que chamamos de Posicionamento da Empresa no Mercado.
- 5) Avaliar com cautela os investimentos necessários e o capital necessário para dar partida no negócio
- 6) Identificar as oportunidades e ameaças ou riscos para o negócio – (exemplos de riscos: entrada de novos concorrentes, queda na demanda pelo produto ou serviço).
- 7) Quem serão os concorrentes e como estão posicionados? Que produtos e serviços oferecem e como? Para quais segmentos alvos? Quanto cobra pelos produtos e serviços?
- 8) Identificar seus próprios pontos fortes e fracos. O empreendedor precisa ter humildade para identificar se. É preciso ser competitivo no mercado.
- 9) Identificar os fatores críticos de sucesso do negócio. O objetivo é evitar ser fraco naquilo que é fundamental para o sucesso do negócio.
- 10) Identificar empresas para fazer alianças - O empreendedor precisa aprender a fazer alianças estratégicas com empresas que ofereçam produtos e serviços complementares, que agregarão valor mutuamente. Esta é uma estratégia fundamental para ajudar o empreendedor a construir sua marca no mercado.
- 11) O empreendedor precisa decidir para onde pretende ir com seu negócio. Cuidado: existem empreendedores que fracassam porque estabelecem tetos "baixos" de crescimento - é muito comum ouvir coisas do tipo "quero ter no máximo 4 bons clientes, o suficiente para ter a receita que desejo". No final das contas ele acaba se limitando a 4 bons clientes e se acomodando a eles. Se perde-los, poderá ter sérios problemas.

12) Estabelecer metas de curto, médio e longo prazo.

13) É preciso selecionar com cuidado os colaboradores, que deverão vestir a camisa do projeto e trabalhar duro ao lado do empreendedor. Esta regra vale principalmente para a escolha do sócio.

14) Identificar e esclarecer seus valores - Valores que o ajudarão a decidir quem contratar, quem promover, quem demitir, quem atender, de quem comprar etc.

15) Identificar fontes de contatos e fazer networking (rede de relacionamentos profissionais) - O empreendedor precisa ser as relações públicas de seu negócio. É fundamental identificar como e onde poderá fazer contatos. (AZEVEDO, JOÃO HUMBERTO).

4.1.2. Características marcantes do empreendedor

Para ser capaz de realizar esse feito, o Empreendedor deve apresentar uma série de qualidades, essas qualidades podem nascer com o indivíduo ou serem características adquiridas. Segundo pesquisa que investigou a personalidade dos homens de negócio foram encontradas 23 características de Empreendedor sendo que, as dez primeiras qualidades necessárias que se destacaram foram:

1. **Capacidade de assumir riscos:** têm coragem para enfrentar desafios e escolhem os melhores caminhos. Não se arriscam inconscientemente, mas assumem riscos realistas e calculados.
2. **Habilidade para identificar oportunidades:** vêem a oportunidade onde todos vêem ameaças. Estão sempre ligados ao que acontece à sua volta e identificam tendências e necessidades, atuais e futuras, das pessoas.

3. **Conhecimento no ramo empresarial:** Quanto maior for o domínio que o empreendedor tem no ramo empresarial que pretende explorar, maior será sua probabilidade de sucesso.
4. **Senso de organização:** não tem somente visão do produto; vêem a organização como um processo de satisfação das necessidades dos clientes. Conhecem o ramo de atividade, os concorrentes, os clientes e os fornecedores. Mantêm – se atualizados permanentemente.
5. **Disposição para tomar decisões:** o empreendedor deve ser capaz de tomar decisões corretas, na hora certa, pois o sucesso de seu empreendimento pode estar diretamente relacionado à capacidade de decidir corretamente.
6. **Talento para Empreender:** deve ser capaz de fazer com que simples idéias se concretizem em negócios efetivos. Para tanto, é necessário ter uma certa dose de inconformismo diante das atividades rotineiras, que determine um progresso profissional lento.
7. **Independência pessoal:** a qualidade daquele que procura determinar seus próprios passos, abrir seus próprios caminhos, ser seu próprio patrão. O empresário de sucesso não tem receio de trocar um bom emprego ou de investir suas economias pelo risco de montar seu próprio negócio, e assim, tentar alcançar sua independência pessoal.
8. **Liderança:** capacidade para mobilizar as energias de um grupo de forma a atingir objetivos, através de uma relação de parceria, estimulando o crescimento das pessoas, num clima de motivação e moral elevado.
9. **Otimismo:** o empresário de sucesso é otimista , quando é capaz de enfrentar obstáculos, olhando além dessas dificuldades, com perseverança e força de vontade. É a característica daquelas pessoas que enxergam o sucesso, em vez de imaginar temer possíveis fracassos.

10. *Sexto Sentido (Tino Empresarial)*: é a combinação de todas as qualidades do empresário de sucesso. Mas poderia ser explicado mediante atributos: tato, intuição, faro empresarial.

Demais características: Autoconfiança, Criatividade, Comunicação, Integridade, Negociação, Perseverança, Convencimento, Iniciativa, Planejamento, Flexibilidade, Relacionamento Interpessoal, Resistência a Frustração e Sensibilidade Administrativa.

Se você reúne a maioria dessas qualidades que foram avaliadas, você seria um empresário de sucesso, é grande a probabilidade de ter êxito em seus empreendimentos, mas se você possui poucos ou nenhum atributo, ser empresário não é o seu forte. (AZEVEDO, JOÃO HUMBERTO, p. 22).

4.1.3. Dificuldades enfrentadas pelos empreendedores

- ❖ Escapar dos 71% de empresas que baixam as portas antes do 5º ano – falta de planejamento, informação e descuido na gestão.
- ❖ *Empreendedores devem saber lidar com finanças* - um plano de gestão deve ser elaborado antes mesmo do empreendimento existir.
- ❖ *Aprenda a linguagem do mercado* – descubra o significado dos termos econômicos usados com frequência no cotidiano. (Anexo III)
- ❖ *Saber comparar índices de desempenho e controlar o dinheiro* – forma de chegar se o negócio está no rumo certo.
- ❖ *Apresentar comportamentos reativos* – mercado questiona conservadorismo.
- ❖ *Ser um aglutinador de interesses múltiplos* – “a unanimidade é burra” (necessidades de parcerias, troca de informações e de pessoas que contribuam de maneira diferente para o negócio).
- ❖ *Questões relativas a financiamentos e tributos* - Acesso ao crédito bancário e mercado de capitais.

- ❖ *Abertura de uma empresa é um teste de paciência* – empreendedor espera três meses e desembolsa de R\$ 615,00 à R\$ 2.315 com taxas e honorários para se tornar uma pessoa jurídica.
- ❖ *Saber administrar o presente enquanto cria o futuro* - assim, o líder campeão administra a evolução de sua empresa e, ao mesmo tempo, cria a solidez necessária para realizar a revolução que levará o seu negócio ao pódio
- ❖ *Criar paixão por resultados a partir de seres humanos motivados* - são eles que fazem a imagem da empresa
- ❖ *Ética e criatividade na nova profissão* - criatividade para novas idéias e para resolver problemas em primeiro lugar, ética para o empreendedor social ser confiável.
- ❖ *Criar equipes integradas e comprometidas* - facilitando o aparecimento de novos líderes
- ❖ *Evoluir sempre* - o problema não é o seu objetivo, mas sim a maneira como você procura alcançá-lo. A sua capacidade determina o tamanho das suas conquistas.

(FOLHA DE SÃO PAULO COLEÇÃO DO EMPREENDEDOR SEBRAE PR)

4.1.4. Diagnóstico você e sua empresa

Inicie a avaliação do seu negócio por VOCÊ. Levante algumas questões que você deverá responder. Se a resposta, em alguns casos, for negativa não desanime. O empreendedor é uma pessoa como outra qualquer, com virtudes e pontos fracos. Ninguém nasce sabendo tudo. Além disso, várias questões ajudarão você a se decidir por determinado tipo de negócio. VOCÊ deverá avaliar suas respostas e chegar a uma conclusão: (WWW.PLANODENEGOCIO.COM.BR)

Empreendedor – Você e seu Futuro Negócio

- Qual a minha experiência e conhecimento profissional? (Liste sua experiência profissional)

- Pretendo investir na mesma área/setor em que possuo experiência? (Você estará iniciando um negócio que conhece)
- Já trabalhei em empresa industrial/comercial/serviços? (Liste sua experiência em empresas. Poderá ser importante para o planejamento do seu negócio)
- Possuo amigos/parentes empresários? (O conhecimento de outros empresários poderá ser importante)
- O que me leva a iniciar uma empresa? (Liste e avalie os motivos que levaram você a se decidir por ser empresário)
- Tenho atração pessoal em relação a que setor e ramo específico? Indústria/Comércio/Serviços? (É importante ter entusiasmo com o novo negócio)
- O que faço naturalmente? Onde estão minhas quedas? Onde me sinto sem jeito? Quais os meus pontos fortes e fracos? Como minimizar meus pontos fracos. Quais são minhas necessidades de aprendizado?
- Como eu poderia usar da melhor maneira os pontos fortes?
- Qual o capital disponível que eu tenho para iniciar o meu negócio? (Negócios diferentes necessitam de quantidade diferente de capital para iniciar)

Sociedade - Enumere a partir de agora dados importantes sobre a sociedade.

- Vou iniciar meu negócio sozinho ou terei sócio?
- Aceito bem o fato de outras pessoas terem idéias diferentes das minhas?
- Aceito bem ceder, modificar minhas idéias para ajusta-las às opiniões de outros, modificar pontos de vista?
- Se na minha área de atuação uma pessoa que não entende do assunto dá uma opinião, ouço-a com adequada receptividade?
- Aceitaria bem o fato de os empregados mostrarem mais simpatia para com o outro sócio?
- Apreço conviver com outra pessoa em relação contínua e direta?
- Admitiria bem o fato de o outro sócio tomar uma decisão errada, causando prejuízo desnecessário?
- Aceito crítica?

Você, sua Família e sua Economia

- Como está minha saúde? (Faça uma avaliação de sua saúde. Quando se inicia um negócio novo, a carga de trabalho aumenta).
- Estou vivendo uma época apropriada para iniciar uma empresa? Ou tenho outros interesses/ objetivos de vida?
- Estou devidamente motivado para este empreendimento? (Você está iniciando uma empresa apenas porque está insatisfeito com o seu trabalho atual, ou porque tem amigos empresários que são bem sucedidos, etc).
- Conheço as características pessoais de um empreendedor? Como me avalio em relação a elas? O que preciso aprender?
- Qual o tempo que disponho para dedicar-me ao negócio? (Um negócio que se inicia depende muito da dedicação dos proprietários).
- Estou disposto a adiar objetivos pessoais (troca de carro, viagem, etc), conter despesas, adotar estilo de vida mais econômico? (Esta pergunta é fundamental. Você está realmente disposto a coisas desse tipo)?
- Estou disposto a arcar com o custo econômico, psicológico, pessoal e social da abertura da empresa?
- Minha família concorda com este novo negócio? (Ter horários flexíveis, conter gastos domésticos, etc).

Análise de Negócio – Questionando as Idéias

Procure analisar os pontos fortes e fracos do negócio sem sentimentalismo ou romantismo. Não acredite que uma idéia inicial é sensacional e que o negócio será um sucesso. Muitos negócios não dão certo porque empreendedores foram muito otimistas em relação à idéia inicial. Questione-a. Logicamente que algum desses aspectos poderá inviabilizar a decisão por um tipo de negócio. Como assim: Para prestar algum determinado serviço é necessário um conhecimento técnico, que eu não possuo, não tenho como adquiri-lo, nem como contratar funcionários, outro exemplo, o quanto irei gastar para instalação do negócio, é muito elevado, muito acima das minhas possibilidades.

Esses são os fatores mais importantes a serem analisados na decisão de iniciar um negócio. Outros que não deveriam ser esquecidos são eles:

- Há concorrentes que não atendem as necessidades atuais dos clientes
- Há sazonalidade nas vendas?
- A evolução tecnológica poderá afetar meu negócio, mudando eliminando produtos, forma de operar?
- Há fornecimento adequado de mercadorias/ matérias-primas ou o negócio ficará na dependência de fornecedores?
- Qual o poder de negociação dos fornecedores? (Impõem quantidades, preços, prazos para pagamento)?
- A localização é importante? (Caso contrário poderá iniciar em qualquer ponto. Muita atenção com esta pergunta, pois sua resposta poderá significar o fracasso do negócio)
- Qual a tendência de comportamento dos clientes – estilo de vida, hábitos de consumo?
- Qual o poder de negociação dos clientes (Compram em grandes quantidades, forçando os preços para baixo?)
- Os produtos adquiridos pelos clientes são padronizados ou possuem diferenciação?
- Qual o potencial de crescimento? E o ciclo de vida do negócio?
- Qual a experiência exigida para os funcionários/ proprietários?
Qual a lucratividade do negócio?
- Qual o investimento necessário fixo (instalação da empresa) e giro (para fazer a empresa funcionar- estoques, despesas, salários)? Possuo todo o capital, ou terei de buscar financiamentos, ou até mesmo uma sociedade?
- Há alguma exigência legal para operar o negócio (Analise a legislação em vigor, e verifique se para operar este negócio você terá de obter alguma licença especial, cumprir algum regulamento, etc).
- Estão ocorrendo mudanças no ramo, nos produtos, formas de atendimento, hábito de consumo, horário de funcionamento, está a par dessas mudanças? Como elas vão afetar o meu negócio no futuro?

4.2. CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA – PLANO DE NEGÓCIO

4.2.1. O que é um Plano de Negócio

Muitas pessoas têm idéias de negócios que nunca são concretizados. Na verdade as pessoas têm apenas idéias. Elas não fazem distinção entre idéias e oportunidades de negócio. A diferença não é pequena. Uma idéia, normalmente, prende-se a um produto ou serviço e a pessoa que não pensam em negócio. O plano de negócio é o que vai diferenciar uma idéia de uma oportunidade, pois é realizando um estudo exaustivo de mercado que o empreendedor transformará sua idéia em uma oportunidade de negócio através de um planejamento. (WWW.SEBRAEPB.COM.BR)

Portanto, o plano de negócio é um documento pelo qual o empreendedor formalizará os estudos a respeito de suas idéias, transformando-as num negócio. No plano de negócio está registrado o conceito do negócio, riscos, os concorrentes, o perfil da clientela, as estratégias de Marketing bem como o plano financeiro que viabilizará o novo negócio. (DEGEN, Ronald).

Plano de Negócio é plano de ação, que passa a orientar o empreendedor na implementação de sua oportunidade de negócio; é também um plano de operação, que deverá ser acompanhado e avaliado pelo empreendedor periodicamente. (DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luísa).

“A possibilidade de proceder-se ou não ao planejamento na criação e posteriormente, na gestão do negócio, poderá ser determinante na sua consolidação, ou no seu fracasso, e o tempo gasto na atividade de planejamento representa tempo economizado, pois têm o efeito de diminuir riscos e problemas futuros”. (DOLABELA, p. 145)

4.2.2. Porque Fazer um Plano de Negócio

Você já pensou em construir ou reformar uma casa sem projeto? O projeto da construção ou de reforma vai permitir, primeiro, que você veja sua casa antes que ela seja construída (você poderá fazer alterações senão ficar do jeito que você imaginou); segundo que você estime quanto custara à construção ou a reforma (e se você não tiver todos os

recursos necessários?) e terceiro, que você possa orientar o trabalho de construção/reforma de maneira que tudo saia como você imaginou.

Você viajaria para praia de carro sem fazer uma revisão no veículo? E a hospedagem? E a viagem propriamente dita? É necessário definir qual seria melhor estrada? Quantos dias você ficaria na praia? Qual a despesa total incluindo alimentação, transporte, etc. Analisando estas duas hipóteses você imaginaria iniciar o negócio sem planejá-lo? (SEBRAE).

4.2.3. Importância do Plano de Negócio

A elaboração do Plano de Negócio traz os seguintes benefícios:

- Permite ao empreendedor aprimorar sua idéia, tornando – a clara, precisa e de fácil entendimento. Para isso, ele terá de buscar informações completas e detalhadas sobre o mercado e o seu negócio, assegurando assim uma visão de todo o negócio. Uma idéia é diferente de uma oportunidade de negócio devidamente analisada.
- Permite ao empreendedor conhecer todos os pontos fortes e fracos de futuro negócio. Com isso, possibilita a diminuição dos riscos de fracassar.
- Facilita a apresentação do negócio a fornecedores e clientes potenciais, contribuindo para as negociações de apoio.
- Analisa o volume de recursos que será necessário para a implantação (quanto de capital será necessário?), a lucratividade e a rentabilidade do negócio.
- Permite que os sócios negociem claramente as funções de cada um.
- É importante para a contratação de funcionários e para a orientação deles na execução de suas tarefas, apresentando as perspectivas de crescimento para o negócio.
- É um importante documento para a apresentação a futuros sócios, investidores e bancos.

4.2.4. Elaboração do Plano de Negócio

Veja a seguir os passos para se elaborar um Plano de Negócio. (DOLABELA, Fernando)

1- Sumário Executivo

Introdução: A introdução deverá conter as características gerais do negócio. Seu conteúdo vai depender do propósito do Plano de Negócio. Se você está elaborando para atrair investidores, por exemplo, deverá incluir algumas informações a respeito de vendas, mercados a serem atingidos e rentabilidade/ retorno.

Mas se for para uso exclusivo, apenas faça um resumo.

Conceito do negócio: Procure listar os benefícios que você oferecerá a seus clientes. Evidentemente, liste também quais necessidades esses benefícios buscam atender. Além dos benefícios que seu futuro negócio oferecerá, mencione de que maneira a empresa pretende atender aquelas necessidades.

Visão e Missão: Nesta etapa você vai listar quais são os seus objetivos. Você deverá especificar os objetivos / metas que serão atingidos, e que podem ser mensurados. Normalmente tem-se um número pequeno de objetivos selecionados.

Missão: é uma declaração única que representa a identidade da empresa, estabelecendo o seu propósito mais amplo. É a razão de ser da empresa – procurar determinar o seu negócio e por que ele existe.

Mercado Potencial: Neste tópico você descreverá o mercado potencial de seu negócio e as tendências de crescimento.

Diferenciais Competitivos: São as qualidades de seu produto/serviço que fazem com que os consumidores prefiram as suas empresa, e não a dos concorrentes. O que você irá oferecer aos clientes para atrair a sua preferência? Existe algum diferencial que tornará a sua empresa única perante os olhos dos consumidores?

Sumário das Projeções Financeiras: Neste item você deverá fazer um breve sumário

(resumo) de todas as projeções financeiras que realizou. Destaque apenas as mais importantes tais como: lucratividade, volume de vendas, margem, de contribuição, rentabilidade e retorno.

Competência Gerencial: Consiste na descrição sumária das competências gerenciais e operacionais dos dirigentes.

2- O Ambiente do Negócio:

Variáveis ambientais: Você analisará neste item as ameaças, as oportunidades e as principais variáveis e fatores externos. Quais as transformações em curso atualmente no mundo que estão afetando nossa realidade econômica social? Quais as áreas de oportunidades de negócios decorrentes dessas transformações? Que tipos de produtos ou serviços terão maior crescimento de mercado nos próximos anos? Quais fatores ambientais estão provocando novas tendências sobre o comportamento dos concorrentes?

Principais variáveis e fatores externos: Variáveis sociais, políticas, internacional, interna, econômica, demográficas, culturais, tecnológicas, governamentais, legais.

3- Análise do Mercado:

A análise de mercado é a parte mais importante de seu Plano de Negócio, principalmente a análise de clientela. Lembre-se que os clientes são a razão de ser de qualquer negócio.

Nesta parte do plano, provavelmente, você deverá realizar pesquisas para conhecer melhor seus clientes potenciais. Com relação ao estudo do mercado, você deverá analisar:

Clientes:

- Qual o seu perfil, em termos de faixa etária, sexo, nível de escolaridade, nível de renda, região de moradia, estilo de vida, etc.
- Quais produtos/serviços atendem as suas necessidades?
- Onde efetuam suas compras?

- O que consideram mais importante quando da aquisição dos produtos/serviços (qualidade, higiene, garantia, entrega, atendimento, etc).
- Quantos estão dispostos a pagar pelo produto/serviço?
- Quais as principais características que atribuem ao produto e serviço?
- Qual o potencial do mercado atual?

Concorrentes:

- Quantos e quais são?
- Qual a participação de mercado?
- Qual o tamanho em termos de faturamento, número de lojas, número de funcionários?
- Qual a linha de produtos e serviços comercializados?
- Qual o desempenho financeiro
- Localização
- Imagem
- Quais as estratégias de comunicação/promoção e preço?
- Aspectos operacionais – horário de funcionamento, entrega, garantia, manutenção, embalagens, outros.
- Qual a política de crédito?

Fornecedores:

- Quantos e quais são?
- Linha de produtos e serviços comercializados
- Perfil – atividade, localização/distância, produção, principais clientes (podem ser nossos concorrentes)?
- Políticas de atuação – preços, prazos, condições de entrega, garantias, etc.
- Qual a qualidade dos produtos /serviços?

4- Análise Competitiva

Análise dos pontos fortes e fracos, por área, comparando-os com produtos e empresas concorrentes, desenvolvendo conclusões.

Área Comercial / Operacional, Área Financeira, Área Pessoal e Área de Gestão

5- Plano de Marketing

O Plano Mercadológico é um documento que estabelece os objetivos da empresa. Define os programas de ação necessários ao alcance desses objetivos. É a política que a empresa adotará para cada um dos itens abaixo.

Produtos / Serviços, Preço, Ponto e Propaganda / Promoção

6- Previsão de Vendas

Resumir e destacar os principais pontos de sua previsão de vendas. Explique as suas previsões e enfatize os principais pontos e premissas que usou.

7- Programas de Vendas

Use esse tópico para listar informações específicas que serão colocadas também no Plano operacional, com nome dos responsáveis, datas e orçamentos.

8- Plano de operação / Produção

Localização, Tecnologia, Equipamentos, Layout e processo de Produção/ Funcionamento.

9- Aspectos Legais

Descrever como sua empresa será do ponto de vista jurídico. Explique o regime escolhido, sociedade. Opção pelo recolhimento de impostos, legislação específicas (Secretaria da Agricultura, etc).

10- Sumário Gerencial

Neste tópico você descreverá como será a estrutura de sua empresa, normalmente representada por um organograma, conhecida como Estrutura Organizacional. Descreva também os cargos dos funcionários, quantos serão, os salários, os benefícios, etc.

11- Plano de Implementação

Todas as decisões estratégicas tomadas como base nas análises do ambiente e do mercado da empresa, provavelmente gerarão Ações para adequação da empresa no mercado. Portanto você deverá elaborar um plano de Ação contendo:

Tarefas, Equipes Envolvidas, Prazo de Realização, Orçamento

12- Plano Financeiro

Investimento Inicial: descreva e calcule o investimento inicial (fixo, pré-operacional e capital de giro)

Projeção de Custos: projete os custos fixos e os custos variáveis, bem como os impostos sobre vendas.

Projeção dos Resultados: neste item você calculará o lucro da empresa. Utilizará as previsões de vendas e custos

Ponto de Equilíbrio: significa o volume de vendas que será necessário para a cobertura dos custos fixos.

Projeção da Necessidade de capital de giro: você calculará qual a necessidade que sua empresa terá de investir em recursos de giro, para financiar suas operações. Através das previsões de vendas, compras e custos/despesas.

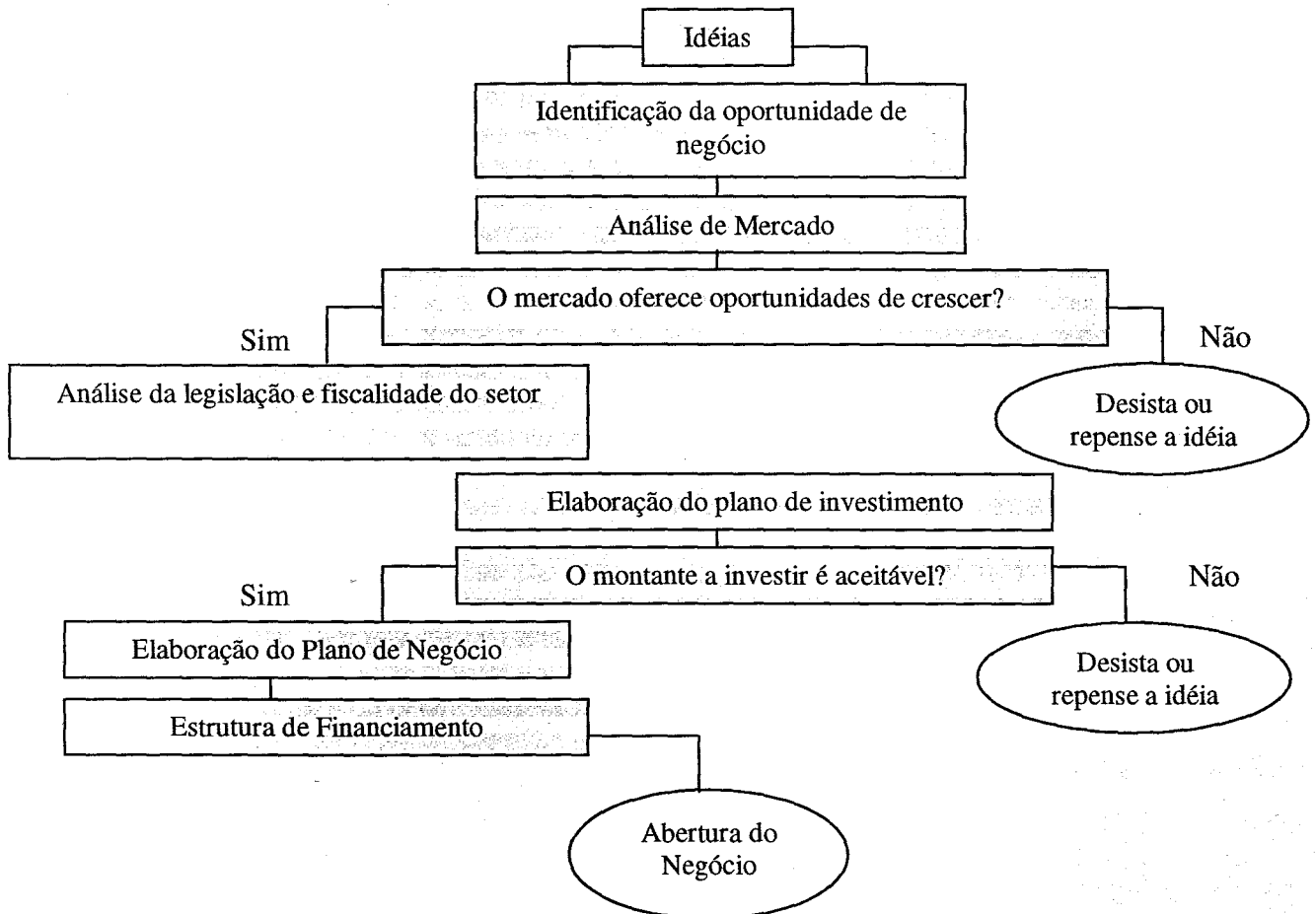
Fluxo de caixa: prepare um fluxo de caixa com entrada e saída de dinheiro na empresa

Análise do Investimento: neste item você analisará o prazo de retorno do investimento que vai realizar. Calcular também qual a rentabilidade desse investimento. (DOLABELA, 1999).

Degen (1989, p 13) afirma que:

[...] o preparo de um indivíduo para iniciar um negócio próprio cresce com seu domínio sobre as tarefas necessárias para seu desenvolvimento com o aumento de sua capacidade gerencial e com o crescimento de sua visão empreendedora refletida no seu domínio sobre a complexidade do negócio.

4.2.5. Esquema dos Empreendedores na Criação de uma Empresa



4.3. A EMPRESA - ABERTURA DO NEGÓCIO

4.3.1. O que é uma empresa

Para DEGEN, Ronald Jean, a empresa é uma associação de pessoas, meios e objetos destinada a produzir bens ou serviços com finalidade de lucro. Podem ser classificadas em:

- ✓ Extrativas – são as empresas que se dedicam à extração dos recursos naturais. A pesca, a caça, obtenção da madeira, minério.

- ✓ Agropecuária – são aquelas que se dedicam ao cultivo de vegetais e a criação de animais. Tem por finalidade a obtenção de alimentos e matérias-primas para indústria.
- ✓ Industriais – realizam a transformação e o beneficiamento dos bens obtendo, assim, os produtos industrializados.
- ✓ Serviços – são aquelas que desenvolvem suas atividades, atendendo as necessidades humanas de transporte, assistência médica, lazer, comunicação, etc.
- ✓ Financeiras – são aquelas que se dedicam à intermediação de negócios financeiros, captando e aplicando dinheiro através de empréstimos e financiamentos. Os bancos, exemplo de empresas financeiras, também prestam serviços arrecadando impostos e taxas, recebendo contas de luz, água e telefone etc.
- ✓ Comerciais – são aquelas que se dedicam à comercialização de bens, à compra e à venda de mercadorias. Atuando como intermediárias entre produtores, distribuem mercadorias fazendo com que estas cheguem a todos os lugares onde haja procura de bens.

Como se sabe, as empresas podem ser ainda micro, pequenas, médias ou grandes, dependendo do seu tamanho. O porte ou tamanho da empresa é medido, pelo valor de seu faturamento anual.

As empresas de menor porte – micro, pequenas e médias, têm imensa importância para o desenvolvimento econômico do País. Pois provém esta de serem nacionais, geradoras de empregos e elevam a repartição de renda proporcionando interiorização do desenvolvimento.

4.3.2. Como registrar sua empresa

Para desenvolver suas atividades legalmente, as empresas necessitam estar juridicamente constituídas. ([http:// www.sebraepb.com.br](http://www.sebraepb.com.br) tipos de sociedades)

Primeiro passo - Definição da Forma Jurídica da Empresa:

De acordo com a legislação comercial, existem várias formas jurídicas de se construir uma empresa, sendo as seguintes as mais utilizadas: firma individual ou sociedade comercial.

Órgãos	Providências
1. Junta comercial ou Cartório de Registro de Títulos e Documentos	Registra a firma individual ou o contrato social da constituição da sociedade
2. Agência da Receita Federal	Obter o número da inscrição no Cadastro Geral de Contribuintes do Ministério da Economia CGC/ME
3. Agência da Receita Estadual -	Obter o número da inscrição estadual I.E.
4. Prefeitura	Obter o alvará de licença para o funcionamento
5. Secretaria da Saúde	Obter o alvará sanitário
6. Corpo de Bombeiros	Obter a vistoria das condições de segurança e proteção contra incêndios
7. Sindicato Patronal	Registrar a empresa o sindicato de classe
8. INSS	Inscriver a empresa no Instituto Nacional de Seguridade Social
9. Outros	Dependendo das peculiaridades da empresa, outros órgãos podem interferir no seu processo de registro como, por exemplo, controle da poluição.

(Fonte: Folha de São Paulo Coleção do Empreendedor – SebraeSP)

Firma Individual : é aquela em que uma única pessoa responde pelos seus negócios, contraindo direitos e obrigações. As empresas que revestem essa forma jurídica recebem como denominação o nome do proprietário, por extenso ou abreviamente. Um nome “fantasia” não é obrigatório para proceder ao registro, porém é recomendável a sua utilização, porque esse nome dá um melhor destaque à imagem da empresa junto ao público consumidor.

Sociedade Comercial: é aquela constituída por duas ou mais pessoas que solidariamente, conforme estabelecido em contrato , responsabiliza-se pela empresa. O tipo de sociedade mais indicado para pequenas empresas é sociedade por cotas de responsabilidade limitada. A empresa poderá ser constituída com denominação social ou uma razão social. A razão social acontece quando há ligação entre duas ou mais pessoas. Por exemplo , Barbosa & Batistela Ltda (para dois sócios), ou Barbosa e Cia Ltda (acima de três sócios).

A denominação social aparece quando há um nome fantasia com um ou mais objetivos da empresa. Por exemplo: Jaguá Comércio e Representações Ltda.

Os principais tipos de sociedade comercial são:

- ❖ *Sociedades Anônimas* - O capital social é dividido em ações e cada sócio limita a sua responsabilidade ao valor das ações que subscreveu. Todas as ações têm o mesmo valor nominal.

Não são admitidas contribuições de indústria. A sociedade anônima não pode ser constituída por um número de sócios inferior a cinco.

A firma deve ser formada:

- a) Com ou sem sigla, pelo nome dos sócios, aditando-lhe ou à expressão dê a conhecer o objeto social;
- b) Por denominação particular
- c) Pela reunião de a e b
- d) Em qualquer dos casos concluirá pela expressão “Sociedade Anônima” ou S/A.

(Fonte: CFE – Centro de Formalidade das empresas)

- ❖ *Sociedades Unipessoais por Quotas de Responsabilidade Limitada* - É constituída por um único sócio, pessoa singular ou coletiva, que é o titular da totalidade do capital social . Também pode resultar da concentração das quotas da sociedade num único sócio, independentemente da causa da concentração. Só o património social responde pelas dívidas da sociedade.

- a) A firma deve ser formada: Com ou sem sigla, pelo nome dos sócios, aditando-lhes ou não expressão que dê a conhecer o objeto social,
- b) Por denominação particular e expressão que dê a conhecer o objeto social
- c) Pela reunião de a e b e deve terminar sempre pela expressão “Limitada” ou pela Abreviatura “Lda”.
- d) Antes da expressão “Limitada” ou da abreviatura “Lda”, deve constar à expressão “Sociedade Unipessoal” ou “Unipessoal”.

- ❖ *Sociedade em Comandita* - Cada um dos sócios comanditários responde apenas pela sua entrada. Os sócios comanditados respondem pelas dívidas da sociedade dos mesmos termos da sociedade em coletivo. A entrada do sócio comanditário não pode consistir em indústria; o nome dos sócios comanditários não pode figurar na firma da sociedade, salvo se o consentirem expressamente.

A firma é formada pelo nome ou firma de um, pelo menos dos sócios comanditados e pela expressão “em comandita” ou “& Comandita”, “Em comandita por Ações”

- Sociedade em Comandita Simples – não há representação do capital por ações, aplica-se o regime das sociedades em nome Coletivo.

- Sociedade em Comandita por Ações – Só as participações dos sócios comanditários são representadas por ações.

Os sócios comanditários devem ser pelo menos 5. Aplica-se o regime das sociedades anônimas a este tipo de sociedade. (Fonte: CFE – Centro de Formalidade das Empresas)

- ❖ *Sociedades em Nome Coletivo* - Os sócios respondem individualmente pela sua entrada. Pelas obrigações sociais, respondem subsidiariamente em relação à sociedade e solidariamente com os outros sócios. São admitidas contribuições de indústria, contudo, o seu valor não é computado no capital social.

A firma quando não individualiza todos os sócios, deve conter o nome ou firma de um deles, com o aditamento, abreviado ou por extenso “E Companhia” ou por qualquer outro que indique a existência de outros sócios. (Fonte: CFE – Centro de Formalidade das Empresas)

Segundo passo – Consulta de Endereço: Portanto o empreendedor deve consultar a prefeitura de sua cidade antes de assumir compromissos de compra ou aluguel do imóvel, de modo a não correr o risco de estar tentando explorar um negócio em zona proibida, acarretará em prejuízos. AZEVEDO, João Humberto

Terceiro passo – Consulta à Junta Comercial: Consulta-se a Junta Comercial, no sentido de saber se já existe outra empresa registrada com o mesmo nome que escolheu.

AZEVEDO, João Humberto

Quarto passo – Elaboração da Declaração da Firma Individual ou do Contrato Social: Depois de aprovado o local de funcionamento e o nome da empresa, deve-se elaborar a declaração de firma ou o contrato social. Na elaboração de um desses dois documentos, deve-se observar alguns requisitos básicos que não podem faltar :

- **Preâmbulo:** parte do contrato social que são definidos os nomes dos sócios ou do titular da empresa, nacionalidade, estado civil, carteira de identidade, número do cartão de identificação do contribuinte (CIC), endereço residencial.
- **Denominação Comercial e Nome Comercial:** no contrato social ou na declaração de firma individual, deve constar (razão social) pela qual a empresa será identificada pelos órgãos de registro e fiscalização e o nome comercial (nome fantasia), pela qual a empresa será conhecida comercialmente.
- **Sede Social:** no contrato social ou na declaração de firma individual, indica-se o endereço completo da sede social da empresa e demais filial.
- **Duração da Sociedade:** No contrato social deverá constar o limite de tempo de funcionamento, ou será terá um prazo indeterminado.
- **Objetivo Social:** no contrato social, ou na declaração de firma individual , deverá haver menção clara e precisa das atividades empresariais que pretende desenvolver
- **Capital Social:** Indica-se no contrato social, ou na declaração de firma individual , o montante do capital social, com definição da parte que cabe a cada sócio (no caso de sociedades)
- **Gerência e Uso da Firma:** no contrato social , de vê definir claramente, o nome dos sócios que serão gerentes ou cotistas da empresa.
- **Retirada do Pró-Labore:** No contrato social deverá constar quais os sócios que terão direitos à retirada de pró-labore.
- **Saída Sócia:** No contrato deverá estar previsto como serão resolvidos casos como de desistência, transferências de cotas, morte, outros.
- **Outras Informações:** o contrato social deve mencionar como e quando serão realizados deliberações sociais, balanço, exercício social e liquidação da sociedade.

Por final, o contrato social ou a declaração de firma individual, deverão então ser encaminhados para a Junta comercial, acompanhado do requerimento do CGC/ME , taxas recolhidas, para registro e arquivamento. No caso de sociedade, é preciso levar Ficha de Cadastro Nacional (FCN) AZEVEDO, João Humberto

Quinto passo - Solicitação de Alvará e Inscrições de ICMS e ISS: Junto com o alvará , também são liberadas as inscrições de ICMS e/ou ISS. Deve-se anexar junto ao alvará de funcionamento os seguintes documentos: FAC (ficha de atualização cadastral) FIC (ficha de inscrição cadastral), DAR (documento de arrecadação), IDF (autorização de impressão de documentos fiscais – para impressão de notas fiscais). Após o encaminhamento do processo, haverá vistoria no local do imóvel, pelo Corpo de Bombeiros e pela Secretaria da Saúde. Em seguida, com a liberação da Secretaria de Finanças, será entregue o alvará de funcionamento. Poderá providenciar a impressão de notas fiscais. Cumpridas essas formalidades, a empresa poderá iniciar suas atividades legalmente. AZEVEDO, João Humberto

4.4 ROTEIRO

4.4.1. Indústria, Comércio e Prestadora de Serviços

INDÚSTRIA

Descrição do Negócio: Oportunidade de Negócio, Conceito do Negócio, Identificação dos Riscos, Definição das Estratégias.

Estudo de Mercado: Mercado Consumidor, Mercado Fornecedor, Mercado Concorrente.

Análise Qualitativa: Descrição do Processo de Produção, Descrição do Layout, Localização.

Análise Quantitativa: Plano de Produção, Quantidade de Máquinas e Equipamentos, Quantidade de mão-de-Obra direta, Quantidade de Materiais Diretos.

Análise Financeira: Investimento Fixo, Custos Fixos Mensais, Custos Variáveis de Produção (Custos de mão-de-obra direta, custo unitário dos materiais diretos, custo unitário de produção), Índices de comercialização, Margem de Lucro, Preço de Venda, Receitas Operacionais, Custos Totais, Resultados Operacionais.

Análise dos Resultados: Ponto de Equilíbrio, Lucratividade, Retorno do Capital Investido. (AZEVEDO, João Humberto de , p. 31)

COMÉRCIO

Descrição do Negócio: Oportunidade de Negócio, Conceito do Negócio, Identificação dos Riscos, Definição das Estratégias.

Estudo de Mercado: Mercado Consumidor, Mercado Fornecedor, Mercado Concorrente.

Análise Financeira: Composição do Estoque Mensal, Custos fixos Mensais, Custo da Mercadoria Vendida, Índices de comercialização, Margem de Lucro, Preço de Venda, Resultados Operacionais, Investimentos Fixos, Investimento Inicial.

Análise dos Resultados: Ponto de Equilíbrio, Lucratividade. (AZEVEDO, João Humberto de. P. 32).

PRESTADORA DE SERVIÇO

Descrição do Negócio: Oportunidade de Negócio, Conceito do Negócio, Identificação dos Riscos, Definição das Estratégias.

Estudo de Mercado: Mercado Consumidor, Mercado Fornecedor, Mercado Concorrente.

Análise Qualitativa: Descrição do Layout, Localização.

Análise Quantitativa: Quantidade Mensal de serviços, quantidade de máquinas e equipamentos, quantidade de mão-de-obra direta, quantidade de estoque inicial.

Análise Financeira: Investimentos Fixos, Custos Fixos, Custos Variáveis (Custos de Mão-de Obra direta, Custo do Estoque inicial, Custo de Comercialização), Custo Unitário de serviço, preço unitário de venda dos serviços, preço unitário de venda das mercadorias, receitas operacionais, resultados operacionais.

Análise dos Resultados: Ponto de Equilíbrio, Lucratividade (AZEVEDO, João Humberto de. P. 33).

4.5. SUGESTÕES DE EMPREENDIMENTOS PARA VOCÊ MONTAR UM NEGÓCIO

NEGÓCIOS DE R\$ 600 À R\$ 1.600	NEGÓCIOS DE R\$ 1.000 À R\$ 3.000
EMPREGOS DOMÉSTICOS DELIVERY DE LIGENRIE MANUTENÇÃO DE AQUECEDORES ACADEMIA DE IOGA TRADUÇÃO DE TEXTOS	VENDA DE RETALHOS LOJA DE ANTIGUIDADES EXTINTORES DE INCÊNDIO ARTIGOS DE SEX-SHOP MOLDURAS PARA FOTOS
NEGÓCIOS DE R\$ 2.000 À R\$ 8.000	NEGÓCIOS DE R\$ 4.000 À R\$ 6.400
CONCERTO DE MICROS EM CASA DECORAÇÃO DE VITRINES ENTREGA DE MARMITAS REGISTRO DE MARCAS SERVIÇOS DE ENCANAMENTO ARGILA PARA JARDINAGEM	PROJETOS DE PAISAGISMO CERAS INDUSTRIAIS SUPRIMENTOS DE INFORMÁTICA ARTIGOS PARA BALÉ LIMPEZA PARA EVENTOS
NEGÓCIOS DE R\$ 5.500 À R\$ 9.000	NEGÓCIOS DE R\$ 9.000 À R\$ 11.000
ALMOFADAS SOB MEDIDA CONFEÇÃO DE ARTIGOS DE TRICÔ PRODUÇÃO DE MEL CALENÁRIOS DE MESA ACESSÓRIOS PARA CABOS DE AÇO	FLANELAS PROMOCIONAIS RESTAURO DE LUSTRES ANTIGOS LAVAGEM DE SOFÁS E CARPETES OFICINA DE RADIADORES FOGÕES E AQUECEDORES
NEGÓCIO DE R\$ 10.000 À R\$ 13.500	NEGÓCIOS DE R\$ 10.500 À R\$ 14.000
FIBRAS DE VIDRO REVENDE DE TRAILERS VENDA DE ÓLEOS LUBIFICANTES SUCATAS DE METAL ALUGUEL DE LOUÇAS	SACHÊS DE PARAFINA CONFEÇÃO DE CORDÕES ROUPAS PARA KARTISMO EIXOS PARA SKATE APARAS DE PAPEL
NEGÓCIOS DE R\$ 12.200 À R\$ 20.500	NEGÓCIOS DE R\$ 15.000 À R\$ 24.000
REFORMA DE PIANOS ILUMINAÇÃO COM FIBRA ÓTICA PRODUÇÃO DE CHUVA ARTIFICIAL LOJA DE FOTOCÓPIAS MANUTENÇÃO DE GERADORES	FABRICA DE INCENSOS SOBREMESAS INDIVIDUAIS LÍQUIDOS PARA IMPERMEABILIZAR BOLSAS PROMOCIONAIS FABRICAÇÃO DE TOLDOS
NEGÓCIOS DE R\$ 17.000 À R\$ 26.000	NEGÓCIOS DE R\$ 22.000 À R\$ 25.000
ARTIGOS PARA VIDEOKE VENTILADORES E EXAUSTORES E.V.A. PARA ARTESANATO MINIBUGGIES E QUADRICICLOS LOJA DE CRISTAIS POLIMENTO DE MÁRMORE	PORTAS SANFONADAS DETEÇÃO DE VAZAMENTOS ALUGUEL DE PROJETORES PEÇAS DE GESSO PARA DECORAÇÃO EMBALAGENS PARA PIZZA
NEGÓCIOS DE R\$ 24.500 À R\$ 44.000	NEGÓCIOS DE R\$ 30.000 À R\$ 36.000
CABIDES DE MADEIRA FABRICAÇÃO DE LAJES TELAS CONTRA INSETOS PALLETS DE MADEIRA REFORMAS DE BAÚS DE CAMINHÃO	SALA DE ESPETÁCULOS FORRAÇÃO PARA BANCO DE CARRO COMUNICAÇÃO VIA RÁDIO DESIGN DE EMBALAGENS MANUTENÇÃO PREDIAL CONFEÇÃO DE PIJAMAS
NEGÓCIOS DE R\$ 36.000 À R\$ 64.000	NEGÓCIO DE R\$ 37.000 À R\$ 95.000
VENDA DE MANEQUINS BORRACHA PARA SOLADOS FOLHAS DE FLANDES ATACADISTA DE DOCES PEÇAS PARA CAMINHÕES CORTE E VINCO ETIQUETAS DE COURO POLIAS DE FERRO	LIMPEZA DE CONDOMÍNIOS REFEIÇÕES COLETIVAS REFRIGERAÇÃO DE FURGÕES BORDADOS NO COMPUTADOR ESCAVAÇÕES E TERRAPLENAGEM CONCERTO DE IMPRESSORAS MÁQUINAS DE SORVETES APARELHOS AUDITIVOS
NEGÓCIOS DE R\$ 58.000 À R\$ 66.000	NEGÓCIOS DE R\$ 70.000 À R\$ 240.000
CONFEÇÃO DE ROUPAS DE COURO DISPOSITIVOS PARA TORNOS COZINHAS PLANEJADAS DIPLOMAS DE PERGAMINHO COMÉRCIO DE AÇOS ESPECIAIS	METALURGIA E ESTAMPARIA FABRICAÇÃO DE ARAMADOS POÇOS ARTESIANOS ESCOVAS INDUSTRIAIS INSTRUMENTOS DE MEDIÇÃO GRAVAÇÃO INDUSTRIAL

NEGÓCIOS DE R\$ 85.000 À R\$ 169.000

IMPORTAÇÃO DE BOMBAS
FORNECEDOR DE CARVÃO
GRAMA SINTÉTICA
LOJA DE MÓVEIS
MOTORIZAÇÃO DE VÁLVULAS

O QUE ESTÁ EM ALTA

PRATOS PRONTOS CONGELADOS
SORVETERIAS
CAFETERIAS
ESCRITÓRIOS VIRTUAIS
LAVANDERIAS
LOCADORA DE VEÍCULOS
BELEZA, ESPORTE E SAÚDE

NEGÓCIOS DE R\$ 110.000 À R\$ 270.000

ARMAZÉM SELF-SERVICE
VÁLVULAS INDUSTRIAIS
CAÇAMBAS PARA ENTULHO
BANHEIROS QUÍMICOS
LOCAÇÃO DE EMPILHADEIRAS

O QUE ESTÁ EM BAIXA

AÇOUGUES
PADARIAS
LOCADORAS DE VÍDEO
PET SHOPS
AGÊNCIA DE VIAGENS
SETOR DE ALIMENTAÇÃO (DE CADA 100 BARES E
RESTAURANTES QUE ABREM, 35 FECHAM EM UM ANO, E 50
EM DOIS ANOS.

Fonte: SEBRAE . Aprender a empreender. Programa Brasil Empreendedor. Fundação Roberto Marinho.

5. ANÁLISE

O empreendedor precisa sim ser ambicioso, mas uma ambição focada em primeiro lugar e principalmente na empresa, e não em si mesmo. Precisa identificar o sucesso não somente em si mesmo, mas nas outras pessoas ou fatores que geraram os resultados positivos. E assumir sua responsabilidade pelos erros que foram cometidos no negócio.

Precisa alimentar continuamente sua crença e convicção de que terá sucesso no final, não importa as dificuldades pelas quais esteja passando. Deve atravessar as dificuldades sem perder sua "paixão" e convicção pela escolha de ser empreendedor. Necessita ter uma visão positiva e construtiva, sem fechar os olhos para os fatos e dificuldades reais.

O pior erro que um empreendedor pode cometer é o de fechar os olhos para as dificuldades ou fatos desagradáveis diante de si. Ele deverá, isso sim, estudar essas dificuldades e elaborar estratégias para superá-las.

Faça um plano de negócios periodicamente, encontre mecanismos para verificar se as metas estão sendo cumpridas, transforme tudo o que é mensurável em matemática, meça faturamento semanal, conte o número de projetos, oportunidades, meça a qualidade, enfim uma dica: calcule o número de reclamações feitas pelos clientes. O importante é medir tudo e fazer um comparativo mês a mês.

Para crescer é necessário ter organização, trabalhar com equipe certa, estabelecer metas e dizer para as equipes quais os objetivos da empresa, saber calcular o risco assumido, conhecer bem o negócio e o mercado, fazer parcerias, agregar a empresa capital, tecnologia e novas formas de distribuição, enfim ter tudo legalizado. muito comum encontrar empreendedores que ficam reclamando das dificuldades, colocando a culpa no país e nas suas instituições com frases do tipo "como é possível um empreendedor sobreviver neste país com esta carga tributária, com este governo, com a corrupção..." e assim por diante.

Vivemos em um país maravilhoso, repleto de oportunidades. E é possível sim ter sucesso no Brasil pagando os impostos e seguindo a lei corretamente. As dificuldades são desafios que teremos de superar.

6. RECOMENDAÇÕES

Este projeto é recomendado às pessoas que querem se tornar empreendedoras ou, ao menos, se interessam em conhecer, em detalhes, os processos inerentes ao exercício da livre iniciativa e das atividades empreendedoras. Além de incentivar o leitor a considerar a possibilidade de trabalhar por conta própria, abrindo seu negócio.

Não trata da análise dos estágios de crescimento das empresas, mas sim das oportunidades de abrir novos negócios, preparando as pessoas para enfrentar alguns dos desafios mais freqüentes, formando jovens empregados em grandes empresários.

Transformar sonhos em realidades, monitorizando a economia de nosso País.

Um visionário que pode identificar as oportunidades e fazer as suas idéias uma realidade bem sucedida. (Atitudes de Empreendedores. Moraes, Carmem – Quality Mark).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todos os dados utilizados para realização deste projeto foram baseados em números, taxas, percentuais vigentes a época de suas elaborações. Antes de preparar um Plano de Negócio o candidato a empreendedor deve pesquisar e obter informações reais e atuais indispensáveis para a base segura da implementação de seu negócio.

Pois as pequenas empresas constituem a principal fonte de empregos e são responsáveis em muitos países por mais de 50% do PIB, além de serem as maiores geradoras de inovações tecnológicas.

“Num País como o Brasil, é muito comum um aluno de Administração de Empresas obter o diploma sem ter noção do processo de criação de empresa. Isso é lastimável. Daí por que o ser é mais importante do que o saber, e o empreendedor deve ser alguém preparado para aprender a aprender.”

“Segundo Chiavenato (1994) planejar significa estudar antecipadamente a ação que será realizada ou colocada em prática.”

8. BIBLIOGRAFIA

DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial, com colaboração de Álvaro Augusto Araújo Mello. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

SEBRAE. Aprender a empreender. Programa Brasil Empreendedor. Fundação Roberto Marinho.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luísa – Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 1999.

SIEGEL, Eric. Et. Al. Guia da Ernest & Young para desenvolver seu Plano de Negócios. 3ª edição. Rio de Janeiro: Record, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. Vamos abrir um novo negócio? São Paulo: Makron Books, 1995.

AZEVEDO, João Humberto de. Como iniciar uma empresa de sucesso. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1992.

SITES: www.seusnegocios.com.br

www.portalempreendedor.com.br

www.expressoemprego.com.br (the corporation – José Antonio Saraiva)

www.submarino.com.br

Revistas: Veja On-line

Global Entrepreneurship Monitor(GEM), parceria com Babson College de Boston (EUA) e da London Business School (Inglaterra), com apoio do Kauffman Center Entrepreneurial Leadership (EUA), (RBA, 2001, p. 37)

9. ANEXOS

Anexo I. Avalie se você tem perfil empreendedor?



Escolha uma das alternativas para as perguntas:

1. Ao analisar meus últimos anos de vida profissional,

- ☐ a) sinto que, por diversas vezes as pessoas não reconheceram meu valor profissional
- ☐ b) sinto-me frustrado por Ter de ficar provando meu valor profissional
- ☐ c) sinto confiança e tenho consciência do meu valor como profissional

2. O trabalho para mim

- ☐ a) é o que me permite manter meu padrão de vida
- ☐ b) pode ser bom ou ruim, dependendo do que tem de ser feito
- ☐ c) é fonte de prazer , e eu me entusiasmo com o aprendizado de novidades

3. Quando quero expressar uma idéia, geralmente

- ☐ a) sinto-me irritado pela dificuldade das pessoas de entenderem a idéia
- ☐ b) tenho dificuldades de fazer os outros compreenderem a idéia na primeira vez
- ☐ c) Consigo “vendê-la” na primeira vez que a exponho

4. Toda vez que um problema surge

- ☐ a) fico frustrado porque a vida poderia ser mais simples. Resigno-me e tento achar a melhor solução
- ☐ b) procuro buscar na memória se já passei por situação parecida, e às vezes, fico angustiado
- ☐ c) busco refletir com calma e achar a solução mais viável para o momento. Se não tiver solução, solucionado está

5. Quando me relaciono outras pessoas, profissional ou pessoalmente, cada nova experiência que surge

- ☐ a) é um momento de estresse e fico irritado ou frustrado
- ☐ b) faz com que eu perceba e respeite os meus limites e os limites dos outros
- ☐ c) é uma oportunidade para rever conceitos

6. No final do dia de trabalho

- ☐ a) estou esgotado e só quero chegar em casa, tirar o sapato e ligar a televisão
- ☐ b) fico preocupado porque estou trabalhando demais
- ☐ c) Final do dia de trabalho? Que final?

7. No dia-a-dia

- ☐ a) penso que em time que está vencendo não se mexe
- ☐ b) sigo os procedimentos, mas estou aberto a questionamentos
- ☐ c) tento fazer tudo de forma diferente, procurando facilitar a realização

8. Um negócio só é bom quando

- ☐ a) sinto que levei vantagem
- ☐ b) me sinto satisfeito, sem me preocupar como as partes estão se sentindo
- ☐ c) as partes saem satisfeitas ou, no mínimo, tranquilas

9. Durante uma negociação

- ☐ a) vou para o “tudo ou nada”
- ☐ b) sei o que quero e geralmente coloco uma “margem para perder”
- ☐ c) sei dos meus limites e busco me ajustar dentro de um acordo de cooperação mútua

10. Revendo os meus projetos passados, percebo que

- ☐ a) abandonei vários deles porque percebi que eram muito complexos ou arriscados
- ☐ b) algumas vezes tive medo de arriscar e, em certas ocasiões, senti-me frustrado. Outras vezes ultrapassei os meus limites e os dos outros
- ☐ c) abandonei alguns porque cheguei ao meu limite ou ao dos outros

11. Quando tenho uma idéia,

- ☐ a) já gosto de colocá-la em prática e quero que os resultados apareçam imediatamente
- ☐ b) fico muito excitado, mas sinto que não planejo direito
- ☐ c) gosto de analisar o ambiente, os recursos e as condições para implementá-la

Respostas

Se você respondeu alternativa C na maioria das questões

Está preparado para ser um empreendedor de sucesso. O risco de fracassar é baixo. Analise o tipo de negócio pretendido e sua tendência no mercado atual, procure orientações e faça uma projeção de seu empreendimento nos próximos 12 meses. O entusiasmo que você deposita no trabalho pode impulsioná-lo para um negócio muito bem elaborado. Você tem paciência e capacidade de reflexão e sabe providenciar facilmente uma solução para contornar as dificuldades.

Se você respondeu alternativa B na maioria das questões

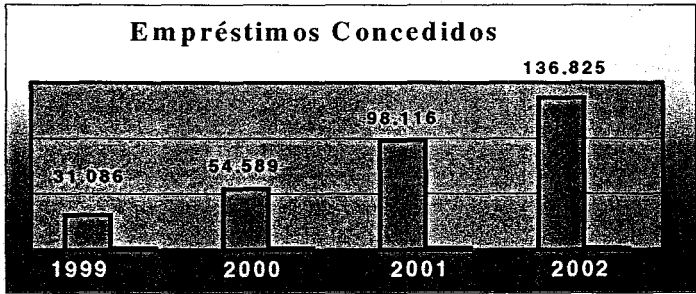
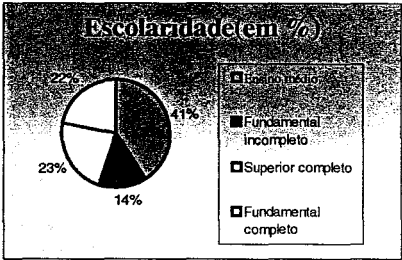
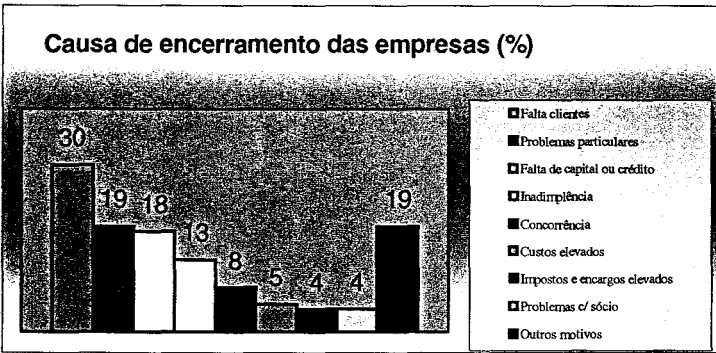
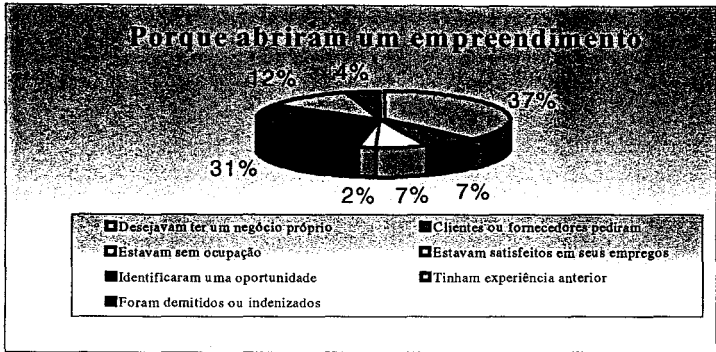
Você ainda não está pronto para ser empreendedor, mas pode desenvolver habilidades para gerir uma empresa. Espere um pouco mais para abrir o próprio negócio. Indique as suas dificuldades, e a partir daí, trabalhe para superá-las e adotar uma outra postura em relação ao seu perfil profissional. Uma boa saída é fazer treinamentos e cursos. O mundo dos negócios exige pessoas com autoconfiança, automotivação, energia, capacidade de aprender e perseverança. Com essas características bem trabalhadas, é possível Ter garra e disciplina para enfrentar o dia-a-dia de uma empresa, onde tudo, ou quase tudo, depende de você. Se tiver determinação e boa formação é perfeitamente possível torna-se empreendedor.

Se você respondeu alternativa A na maioria das questões

Abrir um negócio próprio pode ser frustrante para você, já que ficar provando o seu valor profissional é muito desgastante. Empreendimentos de sucesso exigem dedicação total e controle sobre diversos setores. Isso pode deixá-lo angustiado e fatigado. Reveja as suas deficiências no que diz respeito a dinamismo e capacidade de administração e calcule o risco de abertura de um negócio nesse momento de sua vida. Evite agir por impulso, sem planejar direito o que você quer exatamente.

Fonte: (Coleção empreendedor – SEBRAE PR, 2003)

Anexo II. Sonho e realidade



Fonte: (Serviço de Apoio a Micro Empresas no Paraná)

Anexo III. Dicionário do futuro empreendedor

A

ALÍQUOTA – Percentual aplicado sobre uma base de cálculo (valor) para cobrança e pagamento de impostos.

ASSOCIAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS – Associação de pessoas com finalidade de realizar atividades sociais, filantrópicas ou de defesa dos interesses de um grupo social ou profissional, cujos resultados financeiros são revertidos unicamente para esse objetivo.

AVAL – Garantia que se dá para o cumprimento de obrigações

AVERBAÇÃO – Registro exigido para empresas que dependem de profissionais habilitados para dirigi-las

B

BALANÇA COMERCIAL – Transação de mercadorias entre países. Todos os bens que são exportados ou importados, podendo ser produto acabado, matéria-prima ou insumos.

BALANÇO PATRIMONIAL - Relatório contábil que traz os elementos componentes do patrimônio de uma organização, composto por ativo (bens da empresa), passivo (todo e qualquer tipo de pagamento) e conta de resultados (lucros e prejuízos da empresa no período de janeiro a dezembro).

C

CADIN – Cadastro de Inadimplentes: relação de contribuintes que não cumpriram com suas obrigações tributárias e tiveram os seus débitos lançados como dívida ativa.

CAPITAL DE GIRO – Recurso utilizado pela empresa para cumprir seus compromissos financeiros de curto prazo.

CAPITAL DE RISCO – Capital investido por empresas em empreendimentos que podem ou não gerar bons resultados.

CAPITAL SOCIAL – Contribuição de capital proveniente de fundos de investimentos ou de investidores individuais que adquirem quotas ou ações da empresa.

COMODITES – Mercadorias e produtos de um país que tem referências de preços em outros países.

CONSÓRCIO DE EXPORTAÇÃO – Associação de empresas, sob o mesmo controle ou não, que objetiva a exportação de produtos.

CONTRATO – Formalização de um compromisso entre partes. Pode ser feito entre pessoa física e jurídica, entre consumidor e fornecedor etc.

COOPERATIVAS – Associação autônoma de pessoas que se unem voluntariamente para realizar objetivos comuns. Os lucros são divididos entre os cooperados.

D

DARF – Documentação de Arrecadação de Tributos Federais: guia para o recolhimento de tributos como Imposto de Renda, PIS/ Pasep, Cofins, IPI.

DARF-SIMPLES – Documento de Arrecadação do Simples Federal, um programa de pagamento de impostos simplificado.

DARM - Documentação de Arrecadação de Tributos Municipais: guia para o recolhimento de algumas taxas, entre elas o ISS e a TLIF.

DESPESAS COM PESSOAL - Valores destinados a remunerar ou beneficiar os funcionários da empresa.

E

EFICÁCIA – É fazer a coisa certa.

EFICIÊNCIA – É fazer certo as coisas.

ENCARGO – Valor que a empresa deve aplicar sobre o salário dos empregados INSS, férias, 13º salário, FGTS, etc.

ESTATUTO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA – Lei Federal que tem como objetivo apoiar micro e pequenas empresas no que diz respeito a crédito, comércio exterior, leis trabalhistas etc.

ESTOQUE – Matérias-primas, produtos acabados e mercadorias para revenda armazenados pelas empresas.

F

FLUXO DE CAIXA – Também conhecida como “cash flow”, trata-se de um controle com previsões de entradas e saídas a fim de apurar os saldos com as necessidades da empresa. Com ele, sabem-se o faturamento e as dívidas da empresa.

FISCO – Órgão oficial federal, estadual ou municipal, encarregado da arrecadação, fiscalização e controle de impostos de pessoas físicas e jurídicas.

FRANQUIA – Estabelecimento comercial que, mediante autorização e pagamento, representa determinada marca. A loja franqueada paga uma taxa percentual sobre as vendas para o franqueador ou apenas um pagamento à vista.

G

GARE - Guia de Recolhimento de Tributos Estaduais, entre eles ICMS e IPVA.

GESTÃO – Sinônimo de administração.

GPS – Guia da Previdência social.

H

HOLDING – Sociedade holding é aquela em que determinada pessoa participa do capital de várias empresas em níveis suficientes para controlá-las.

I

INADIMPLÊNCIA – Termo utilizado para designar pessoas físicas e jurídicas que tenham um compromisso de pagamento que não foi cumprido.

INCUBADORA – Geralmente ligada a universidades ou a institutos de pesquisa, oferece instalações físicas e orientações técnicas aos novos negócios durante os dois primeiros anos, em média, de atuação no mercado.

J

JUROS – custo dinheiro em um determinado período.

K

KNOW-HOW – Conhecimento teórico e prático sobre determinado assunto, campo de ação ou negócio.

L

LOJA VIRTUAL – Canal de vendas e divulgação de produtos ou serviços na Internet.

LUCRO LÍQUIDO – Resultado final alcançado pela empresa após remunerar todos os fatores de produção (máquinas, equipamentos, recursos humanos etc) exceto o capital próprio, cuja remuneração é o próprio lucro líquido.

LUCRO PRESUMIDO – lucro previsto para o recolhimento do Imposto de Renda baseado na expectativa de negócios da empresa.

LUCRO REAL – Lucro real da empresa, obtido após pagamento de todas as despesas e impostos.

M

MERCOSUL – Mercado Comum do Sul Acordo aduaneiro estabelecido entre Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai pelo qual são definidas taxas e preços preferenciais com tarifas mais baixas.

N

NATUREZA JURÍDICA – É o que determina o tipo da empresa, tendo como base o capital social: pode ser sociedade civil, sociedade anônima, individual etc.

O

OTIMIZAÇÃO - Processo que visa as melhores ações entre um conjunto de alternativas.

P

PATENTE – Registro que se faz de uma determinada idéia, novidade ou descoberta, no Inpi (Instituto Nacional de Propriedade Industrial), a fim de preservar cópias e reproduções ilegais.

PIB – Produto Interno Bruto: riqueza de um país, tendo como base a produção total

(produtos e serviços) gerada em um determinado período.

PREÇO DE VENDA – Valor estabelecido para a venda de um produto ou serviço no qual estão embutidos gastos com impostos, matéria-prima, processo de fabricação, mão-de-obra, comissão de vendas etc.

PROLABORE – Retirada mensal feita pelos donos da empresa como remuneração pelo seu trabalho e não como resultado na participação dos lucros.

Q

QUALIDADE – Busca da perfeição e aprimoramento de um determinado produto ou serviço a fim de cumprir com êxito e eficiência o que se propõe. É um diferencial que a empresa pode ter em relação às expectativas do mercado.

QUOTA – quer dizer parte/participação. Pode ser referente à empresa, às vendas, ao trabalho, aos lucros.

R

RECEITA OPERACIONAL BRUTA – É decorrente das vendas totais de uma empresa, não considerando qualquer desconto, nem mesmo as despesas operacionais ou custos.

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA – Resultado obtido após dedução de impostos incidentes sobre as vendas, das vendas canceladas e dos abatimentos concedidos da Receita operacional Bruta.

ROYALTIES – Porcentagem que uma empresa paga para utilizar os direitos de alguém, de uma outra empresa, de um espaço físico etc.

RETORNO – Refere-se ao tempo necessário para o negócio gerar lucro.

REGISTRO DE MARCA – Registro de nome, marca e logotipo junto a um órgão autorizado.

S

SUPERÁVIT – Sobra de capital quando a receita é superior à despesa em uma transação comercial.

V

VAREJO – Estabelecimento comercial onde se vende diretamente para o consumidor final.

W

WARRANT – Promissórias que funcionam como garantia para determinadas transações.

Fonte: (Coleção empreendedor – SEBRAE PR, 2003)